



A transmissão esportiva: o jogo da narrativa.

Prof. Dr. Márcio de Oliveira Guerra¹
Universidade Federal de Juiz de Fora

A seguir ao(s) nome(s) dos autor(es), deve incluir-se, como segunda nota de rodapé do trabalho, currículo(s) mínimo(s) acadêmicos do(s) autor(es), em até cinco linhas, cada, incluindo, opcionalmente, os respectivos endereço(s) eletrônico(s).

Resumo

A paixão despertada pelo futebol no povo brasileiro está diretamente associada à narrativa adotada pelos meios de comunicação, especialmente o rádio. O texto discute essa relação das narrações, especialmente o "duelo" entre a cobertura de uma partida pelo rádio e pela televisão, apontando questões que buscam explicar a preferência do público por uma em relação à outra. A dimensão dessa relação entre comunicador e público de futebol gerou na comunicação a criação de uma verdadeira escola de narradores. A análise desse processo faz parte desse estudo, que visa também demonstrar como a força da narrativa ainda interfere na interpretação dos fatos, no caso, do jogo, levando o espectador (ouvinte ou telespectador) a formar uma identidade do futebol com o dia-a-dia.

Palavras-chave

Transmissão, narrativa e jornalismo esportivo.

Corpo do trabalho

Antes de apresentarmos os “times” de narradores do rádio e tv, importante é entendermos melhor o que se entende por narrativa. Para Paul Ricouer, a narrativa é, a um só tempo, discordância (processo de diferenciação), distribuição e ordenação dos fatos, ações e paixões (pathos), e concordância, configuração ou síntese (processo de integração dos fatos, ações e paixões que experimentam a significação de um todo). Dessa perspectiva, a narrativa não é mais designação, nem manifestação, mas significação.²

¹ Doutor em Comunicação pela UFRJ, Mestre em Comunicação e Cultura pela UFRJ, Especialista em Marketing pela Fundação Educacional Machado Sobrinho, graduado em Comunicação pela UFJF. Professor da Universidade Federal de Juiz de Fora, onde lecionada disciplinas de Jornalismo Esportivo; Técnica de Produção em Rádio; Cerimonial e Organização de Eventos. Docente da Pós-Graduação strictu e latu sensu da Faculdade de Comunicação da UFJF. Email: marcio.guerra@uff.edu.br

² PARENTE, André. **Narrativa**. In: *Narrativa e Modernidade. Os cinemas não-narrativos do pós-guerra*. Tradução Eloísa Araújo Ribeiro. Editora Papyrus. 2000. p33



André Parente afirma que, para se tornar uma narrativa, um acontecimento deve ser contado na forma ao menos de dois enunciados (proposições) temporalmente ordenados. Ele acrescenta que a poética da narrativa tem, desde Aristóteles, uma ligação estreita com a retórica e seu sistema verídico de juízo. Por isso, é importante controlar a rede conceitual da ação, como saber quem fala e suas implicações no acontecimento.

A narrativa é uma função pela qual pode ser criado o que nós contamos e tudo o que é preciso para contá-lo, ou seja, seus componentes: enunciados, imagens e etc. A narrativa não é o resultado de um ato de enunciação: ela não conta sobre personagens e coisas, conta as personagens e as coisas. As personagens e os acontecimentos da narrativa são contados da mesma maneira que os de um quadro são pintados e os de um filme fotografados.³

Parente recorre ao texto de Blanchot (1959, p.19), “*Encontro com o imaginário*” em busca de novos conceitos sobre a narrativa. Nele, o desconhecido. Uma narrativa em direção a algo que não se pode precisar como será o final. Tal qual uma transmissão de uma partida de futebol, onde o locutor o tempo todo vivencia essa situação.

A narrativa é um movimento em direção a um ponto, não apenas desconhecido, ignorado, estranho, mas tal que parece não ter, antecipadamente e fora do movimento, qualquer espécie de realidade, e tão impreciso, no entanto, que é somente dele que a narrativa tira seu encanto, de tal modo que ela não pode sequer começar antes de o ter atingido.⁴

Porém, uma pergunta sempre fez parte das discussões sobre a narrativa: quem narra uma história é quem a experimenta, ou quem a vê? Ou seja: é aquele que narra ações a partir da experiência que tem delas, ou é aquele que narra ações a partir de um conhecimento que passou a ter delas por tê-las observado em outro? No caso da transmissão esportiva, mesmo que o narrador tenha sido um jogador de futebol (o que

³ Ibidem, p35.

⁴ Procurar a referência no texto do André Parente.



pode ajudá-lo em algumas descrições de lances), sempre será a observação de fatos a partir de um olhar distante. Ele não narra como atuante.

A figura daquele que narra os fatos passa a ser basicamente a de quem se interessa pelo outro, e não por si, e se afirma pelo olhar que lança ao seu redor, acompanhando seres, fatos e incidentes. É aquele que transmite uma “sabedoria” que é decorrência da observação de uma vivência alheia.

Marcuschi (2002, p.9)⁵ diz que a narrativa radiofônica é mais um gênero de oralidade, fortemente demarcado, como o são tantos outros, como dar aula, contar piada, contar estória. A teoria clássica sobre o discurso narrativo, elaborado por Labov & Walestsky (1972)⁶, apresenta em sua estrutura uma abertura em que aparece a micro-definição da narrativa, uma espécie de agenda. A seguir, vem a definição do cenário, apontado para quem, quando, onde, como acontecem os fatos, o que os lingüistas chamam de seqüência narrativa.

Toda narrativa dos acontecimentos está estruturada no clímax, complicação e resolução. Vem a seguir o que se chama coda, ou seja, um provérbio, uma moralidade ou um comentário genérico. Junto a todos estes aspectos, o discurso narrativo vem associado à avaliação. Aqui há o espaço para o narrador apresentar, através de seu discurso, que alguma coisa poderia ser realizada de outra forma. É quando o locutor esportivo acrescenta à descrição de um bom ataque a avaliação de que se o jogador chutasse com o pé direito teria feito o gol. A negação é uma das formas que a narrativa se utiliza para executar este processo, bem como a adjetivação.

Não é por acaso que os locutores esportivos primam pela qualidade dos jogadores, dos setores do campo de jogadas. Aliás, os próprios narradores, também como parte do espetáculo, ganham qualificação junto aos seus nomes. Enquanto um é “é o mais vibrante”, o outro é o “bom de bola”. Enfim, uma narrativa será melhor quanto mais embutida estiver essa avaliação. E isto o rádio e a televisão, cada um a seu modo, têm feito muito bem.

Kant (1965) afirma que uma sensação só é comunicável se há acordo de afetos, o que pressupõe uma comunidade do gosto, que é a faculdade de se julgar a comunicabilidade dos sentidos. Este talvez seja o caminho para entender e justificar o quanto o torcedor se identifica com a transmissão de uma partida de futebol pelo rádio.

⁵ MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Da fala para a escrita**: atividades de retextualização, São Paulo: Cortez, 2002.

⁶ LABOV, William. **Sociolinguistics Patterns**. Philadelphia: University of Pennsylvania, 1972.



Quando se ouve uma pessoa dizer que prefere acompanhar um jogo no rádio do que na televisão é preciso entender esta manifestação de afeto por este tipo de narrativa.

O afeto é capaz de negar o sentido da palavra. O pensamento contemporâneo é atravessado pela razão onipresente dos afetos. As paixões são todas as alterações que podem afetar o homem em seu juízo. A emoção precede o sentido e é um tipo de afeto que sempre trouxe problemas para a razão. (SODRÉ, 2003).⁷

O que se ouve sempre de torcedores e narradores esportivos é que a transmissão do futebol pelo rádio é feita com mais emoção do que na televisão. Alguns ainda acrescentam que não se importam quando o locutor “exagera”, dizendo que a bola passou raspando ao travessão e, na verdade, ela foi longe. A emoção precede o sentido. Ela é a primeira consequência da ilusão. “É perfeitamente lícito apelar para a emoção onde o afeto está presente”, afirma Muniz Sodré.

Muniz ainda cita os estudos do psicanalista Walter Langué a respeito dos dotes oratórios de Hitler, de quem se “ouvia a voz abafada da paixão e todas as suas gamas de sons eram retiradas dos becos dos instintos”. Agia como se estivesse diante de uma mulher: inseguro, nervoso, dominador e bruto. Hitler acreditava que as massas são femininas, porque nelas prevalece a emoção. “O povo, em grande maioria, é tão feminino que é motivado por emoção”, dizia o líder alemão. Os estudiosos dizem que o sucesso do nazismo está diretamente ligado ao discurso empolgado para um povo letrado.

O narrador esportivo faz referência à audiência como a torcida. Também no feminino. Ele manda um abraço para a galera, para as pessoas que estão ligadas. E, por que não dizer, também levadas, durante a realização da partida, pela emoção. E se seu discurso não é feito para um povo letrado, na acepção da palavra, é certamente dirigido e endereçado para verdadeiros doutores em futebol, que são os ouvintes. Cabe a este locutor utilizar-se de uma boa retórica para convencer e conquistar a audiência.

O que se percebe em relação ao torcedor de futebol é que ele vai muito mais além do que simplesmente entender do assunto. Kant (1965) define **entender** como algo

⁷ Notas de sala de aula.



que se empurra para dentro, que se penetra com a razão. Enquanto **compreender** significa agarrar com todos os meios disponíveis, não só com a razão, mas com o sentimento. Partindo desta diferenciação dos termos, podemos afirmar que realmente o que milhões de brasileiros fazem é compreender o futebol. Muito mais do que entendê-lo.

A retórica do locutor de rádio é sempre no sentido de agradar, de comunicar idéias e provocar sensações. Ou seja, vai além do sentido dado por Pascal ao termo, que é o de convencer. Se pensarmos na relação que se estabelece entre o narrador e o ouvinte, o que se dá realmente é isto, algo além do convencimento. Daí, provavelmente, uma das razões para este envolvimento do torcedor de futebol com o rádio, levando-o a campo ou utilizando sua narrativa mesmo diante da transmissão da televisão.

A escuta da voz inaugura a relação com o outro: a voz, pela qual se reconhecem os outros (como a letra num envelope) indica-nos a sua maneira de ver, a sua alegria ou sofrimento, o seu estado; ela veicula uma imagem do corpo e, além disso, toda uma psicologia (falamos da voz quente, da voz branca, etc) ⁸.

Muniz Sodré parte desta colocação de Barthes para afirmar que a “corporeidade da fala, concretizada pela voz, permite pensar a articulação entre corpo e discurso, que remete a outras possibilidades de atuação do self.” (MUNIZ, 2002, p.164)⁹. João Saldanha começa a sua crônica “O scratch do rádio” dando a dimensão de sua relação com o ouvinte:

“Meus amigos...” é assim que começo sempre a fazer comentários na Rádio Globo. Por que? Não sei ao certo. Acho que quando me dirigi pela primeira vez pelo microfone, eu achava que só quem estava me escutando eram meus amigos. E até hoje acho isto. Um ou outro pode estar escutando de raiva.

⁸ BARTHES, Roland. **Prazer do texto**. Lisboa: Signos, 1988. p.209.

⁹ SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho**. Uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.



Como se vê, o que estabelece é um vínculo. “Vincular-se é muito mais do que comunicar ou transmitir informação. O vínculo tem a roupagem que é uma forma de signo, comenta Muniz Sodré. O pragmatista americano Pierce (1980) define signo como alguma coisa que para outra pessoa representa ou se refere a algo conhecido. O signo é um meio de comunicação e com ele você partilha o sujeito, partilha uma experiência.

O signo é algo (qualquer coisa) que é determinado por alguma outra coisa que ele representa essa representação produzindo um efeito, que pode ser de qualquer tipo (sentimento, ação ou representação) numa mente atual ou potencial, sendo esse efeito chamado de interpretante. (MUNIZ, 2003).

Tão logo Nicolau Tuma “inventou” o jeito de narrar futebol pelo rádio, com a velocidade e dramaticidade, o jogo virou espetáculo. O que pode justificar, então, a relação do ouvinte com o rádio é o fato de aqui estar sendo utilizado o índice, dentro de classificação elaborada por PIERCE (1980). O índice é qualquer coisa que atraia a atenção. Ele não tem referência. Ele é um meio de chegar à referência, está ligado a uma circunstância. Ele marca a articulação de experiência. Está ligado à memória do indivíduo.

“Você interpreta pelo índice. As entonações mudam o sentido. E estas intonações são imprescindíveis para a interpretação”, comenta Muniz. PIERCE (1980) afirma que índices são instruções detalhadas sobre como o receptor deve interpretar a mensagem e que o índice é o principal operador da relação entre a lógica do discurso e as sensações.

Quando o signo não é algo geral como uma palavra, mas um fato existente, singular, aqui e agora, estando ligado a alguma outra coisa também existente e singular, esse é da ordem da segunda categoria, da secundidade, e é chamado índice. Trata-se de um signo degenerado porque todo o seu funcionamento como signo depende única e exclusivamente da relação dual, existencial, da conexão física entre ele e seu objeto, ficando reduzida a tarefa de um possível intérprete desse signo à simples constatação da existência da conexão. É assim que sabemos que nuvens negras indicam chuva iminente, que supomos a idade de uma pessoas pelos sinais



que marcam toda a aparência de seu rosto e corpo, etc.
(SANTAELLA, 1998).

Tal fato atesta a predominância do audiovisual sobre a escrita. Recorrendo novamente a Muniz Sodré, o texto informacional, menos estruturado, mas hierarquizado, convida o sujeito a tatear. O sentido da visão permanece importante, mas já não é essencial. O ver passa a estar em concorrência com o tátil. Bachelard faz uma das mais belas definições sobre essa profunda intimidade que o ouvinte tem com o rádio. Diz ele: “O rádio possui tudo o que é preciso para falar na solidão. Não necessita de rosto.”¹⁰ No rádio, o que predomina são as emoções fortes, com efeitos de som e o ritmo. É justamente esse ritmo que parece faltar à transmissão do futebol pela televisão.

Se antes essa diferença em relação ao rádio era sentida e justificada em cima do recurso da imagem, que faria com que o locutor estivesse que adequar a narrativa ao que o telespectador estava vendo, hoje o que se percebe é que a perda da velocidade e a queda no ritmo incomodam o torcedor. É como se o ritmo da partida e a emoção despertada pela paixão não combinassem com a narração da tevê e fossem plenamente satisfeitas com a do locutor de rádio.

A entonação do narrador esportivo no rádio permite perfeitamente que o ouvinte esteja com a noção de por onde anda a bola. É o ritmo dado, a vibração e as preferências a setores de campo, muitas vezes com citações conhecidas do torcedor como “caroço do abacate”, ou “zona do agrião”, que fazem com que o signo exerça seu papel. Quando das primeiras transmissões esportivas no rádio, os locutores tinham um desafio a mais. Além de criar o hábito nos ouvintes de “ver o jogo ouvindo o rádio”, tinham diante de si a missão de saber o nome dos vinte e dois jogadores (na época os uniformes não tinham numeração).

A solução encontrada pelos narradores da época, segundo seus relatos, era buscar alguma característica física (cor do cabelo, perna torta, cor da pele, etc) e, assim, além de conseguirem dar ritmo à narrativa, também começaram a introduzir apelidos que pudessem facilitar a identificação daquele que ouvia. Hoje, por exemplo, a identificação que Romário ganhou no começo da carreira – Baixinho- é suficiente para que qualquer amante do futebol saiba sobre quem se está falando, ou quem está com a bola.

Interessante apontar o exemplo de Romário e seu apelido pela mudança do sentido do signo. Se antes o “batismo” do jogador como “Baixinho” tinha referência a sua estatura, depois passou a ser referência ao seu nome. Numa mesma transmissão, ao ser feita a referência “baixinho” pode ser em relação a Romário e ao baixinho do time

¹⁰ BACHELARD, Gaston. **O direito de sonhar**. Traduzido por José Américo Motta Pessanha et alli. 2 edição. São Paulo: Difel, 1986, p.180.



tal, só que aqui identificado pelo porte físico. Nada que impeça o torcedor de diferenciá-lo através da palavra do locutor, porque aqui a entonação dada pela narrativa permite estabelecer a relação com um ou outro.

Quanto mais a narrativa esteja vinculada ao cotidiano, mais significado ela terá. Todos os locutores esportivos dizem ficar atentos a isso, buscando as expressões criadas pelo povo e as colocando como bordões em suas transmissões no sentido de aproximar ainda mais a narrativa do público. O comentarista Sérgio Noronha, hoje na televisão, já foi comentarista de rádio e faz um relato que distingue as duas narrativas.

Foi só trabalhando no rádio é que comecei a entender seu tom e sua linguagem. Se você colocar no rádio a voz e o tom do Rui Viotti, em pouco tempo o ouvinte estará dormindo. Se você colocar na televisão a vibração do José Carlos Araújo, o telespectador terá a certeza de que se trata de um hiperdimensionamento dos fatos. E, para mim, o que sobra? Explicar um fato que o ouvinte não viu e que lhe foi contado em tom emocionado.¹¹

Os narradores passaram, cada vez mais, a utilizar expressões que vêm da linguagem popular. Antes, a gaitinha de Ary Barroso sinalizava para o torcedor o gol. Hoje, por exemplo, o narrador Édson Mauro, da Rádio Globo, Rio de Janeiro, anuncia o gol gritando “bingo, bingo” ou “olha o gol, olha o gol” e conclui dizendo: “essa aí passou, essa aí passou”(referência à música de sucesso do Grupo É o Tchan). Maurício Menezes, que teve passagem por emissoras cariocas, anunciava a passagem de um time para o ataque, passando do meio campo: “lá vai o fulano, todo alegrinho, entrando na casa do vizinho”.

Luiz Mendes diz que “o futebolês é um idioma com tantas palavras e frases, que já merece um dicionário especial... Será difícil, no entanto, explicar a frase dos narradores do rádio ‘a bola espirra e sai’¹². É natural que as pessoas que vivem o futebol criem um discurso próprio, que muitos qualificam como um discurso autoritário. Primeiro, porque não existe ambigüidade, dualidade. Existe o certo e o errado, o bem contra o mal. A narrativa do locutor é bem isso. Está sempre destacando os erros e

¹¹ Entrevista concedida ao jornalista Ivan Elias, em 1993. Faculdade de Comunicação, UFJF. Juiz de Fora.

¹² MENDES, Luiz. **7 mil horas de futebol**. Rio de Janeiro: Livraria Freitas Bastos, 1999, p.63.



acertos de cada jogada, assumindo o papel do juiz (principalmente o comentarista) e transferindo para o torcedor a imagem e um pré-julgamento.

Em relação ao futebol e ao rádio sempre foram associadas algumas expressões semelhantes e que traçam o grau de envolvimento que é estabelecido entre ambos e o público. Aos dois são feitas declarações de amor e de afeto. O que nos permite imaginar que a explicação para o sentimento desenvolvido pelo torcedor brasileiro em relação ao futebol e o rádio esteja justamente em outro campo, que não o da razão simplesmente.

Carlos Drumond de Andrade falou sobre a estética do torcedor que, a seu juízo, está refletida pela fidelidade ao time que escolheu.

A estética do torcedor é inconsciente: ele ama o belo através de movimentos conjugados e viris, que lhe produzem uma sublime euforia, mas se lhe perguntam o que sente, exprimirá antes uma emoção política. Somos Fluminense ou Vasco pela necessidade de optar como somos liberais, socialistas ou reacionários. Apenas, se não é rara a mudança do indivíduo de um para outro partido, nunca se viu, que eu saiba, torcedor de um clube abandona-lo por outro.¹³

KANT (1965) afirma que o amor não precisa da verdade, precisa de afeto. O rádio, por sua característica, por sua possibilidade de interação com o receptor, sempre distribuiu esse afeto. Numa partida pelo Campeonato Brasileiro, o Flamengo, jogando em Criciúma, terminou o primeiro tempo sendo goleado por 4 a 0. Usando a expressão ‘de olho na telinha(tv) e ouvido na caixinha(rádio)’, o locutor Edson Mauro, da Rádio Globo, convidava os ouvintes a ligarem para a rádio e darem opinião. A todos os participantes a primeira pergunta era: “dá para virar?”.

A rigor, sob pura observação da razão, sequer a pergunta caberia. Mas o flamenguista que ligou queria dizer e ouvir que ainda era possível reverter o placar. Afinal, futebol é sinônimo de alegria e dor. Como bem define Muniz Sodré, “toda alegria é louca, ela é essência lógica, ilógica, irracional. Sempre vai faltar uma razão de

¹³ ANDRADE, Carlos Drumond. **Quando é dia de futebol**. Record, São Paulo, p.28.



ser”¹⁴. O afeto não é duradouro, é transitivo, se refere ao outro, no sentido do outro, atuando na sensibilidade do outro.

Ora, cada partida de futebol, até pela imprevisibilidade do resultado do jogo, desperta em quem a acompanha as mais diversas emoções, sentimento definido por Muniz Sodré como “um fenômeno de dentro para fora, um estado de choque e perturbação da consciência”. O afeto contagia e, como afirmam Nietzsche e Espinoza, deve ser visto como potência de liberdade e de transformação. A narrativa radiofônica desperta o imaginário e dá ao ouvinte essa liberdade de ver o jogo da e na forma que lhe interessar ou emocionar. O rádio desobriga a vista e obriga o ouvido, empenha a imaginação.

O que se observa é que o processo de evolução que a narração esportiva atingiu acaba reforçando a idéia de que existe um jogo em campo e outro na transmissão radiofônica. Essa narrativa é eminentemente descritiva, que é feita em cima do nome de jogadores, suas jogadas, expressas por verbos. A emoção vem no ritmo, no tom da narração, na sonoplastia, nos efeitos sonoros, no barulho que vem da torcida. Claro que algumas expressões ligadas ao futebol ou apropriadas pelo narrador sofrem alterações pelo tempo, pelo modismo, pela oportunidade do momento.

Para João Batista de Abreu¹⁵ a narração radiofônica adquire vida própria, independentemente do jogo em questão, através da produção de sentidos específicos que compõem um campo de representações em que o futebol aparece como pano de fundo.

A questão é a forma como se cria este universo paralelo; suas características, seu ritmo, o tempo, o silêncio, a sonoplastia e o êxtase consubstanciado no grito de gol. O desafio consiste em analisar a oralidade deste tipo de discurso não como algo informal, sujeito às regras de uma conversação, mas como um enunciado elaborado e construído para dar a impressão de informalidade. Uma construção do real que a narração, embora repleta de improvisos, obedece a normas próprias, que visam vender emoções.

Abreu lembra que para prender a atenção do ouvinte, a narrativa esportiva recria o objeto descrito, emprestando-lhe cor, vida, e simbolismo próprios do rádio, que

¹⁴ Nota de aula.

¹⁵ ABREU, João Batista de. **Metáforas, hipérboles e metonímias, uma jogada de efeito** – o discurso do radiojornalismo esportivo. Trabalho apresentado para a disciplina Comunicação e Significação, do Prof. Milton José Pinto, do programa de pós-graduação em Comunicação e cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1 sem. 2000.



estimulam o imaginário popular. Por isso, segundo ele, toda partida, mesmo que amistosa, transmitida pelo rádio, vira um jogo de vida ou morte.

As metáforas, metonímias, hipérboles, onomatopéias, concretizadas nos bordões, transformaram-se em recursos estilísticos, que dão forma à narração, permitindo ao ouvinte visualizar o campo de disputa e os jogadores. Ao contrário do que se possa pensar, o rádio é um meio essencialmente visual. Os olhos constituem a imaginação do ouvinte, o que aumenta a polissemia interpretativa. Uma imagem em cada mente. A enunciação – como ato de produção de um texto- consiste na busca constante da emoção através de polarizações como sucesso e fracasso, fortuna e falência, amor e ódio, glória e decadência, virtuosismo e incompetência.¹⁶

E ainda recorrendo a Abreu, ele apresenta três recursos semiológicos que são, segundo ele, estímulos para o imaginário do torcedor. Identificação, visualização e velocidade são ferramentas dos narradores. O primeiro através da troca de expressões entre locutor e ouvinte. Um busca na linguagem popular as expressões para o discurso da narração esportiva e, outro, se apropria do que ouve e passa a utilizar no dia a dia. A visualização se dá através de demarcações virtuais, indispensáveis para a compreensão do que está se passando em campo.

Finalmente, a velocidade. “A narração ressalta o aspecto emotivo do espetáculo, mesclando emoção e informação no discurso. A musicalidade e o ritmo veloz- mesmo quando a partida é disputada em ritmo lento- garantem uma emoção própria da narrativa e não do jogo em si”.¹⁷

O futebol tem a capacidade de mexer com as emoções e de promover alto grau de excitação para utilizar-se da força do rádio. O descontrole da paixão e os limites da regra estão juntos. É justamente para não perder o controle da situação e encarar a concorrência da televisão, que vem com a força da imagem, que o rádio adotou o que Capinussú chama de desvio.

Não existe uma regulamentação normatizando este ou aquele tipo de linguagem para se descrever uma partida de futebol. Cada um usa os vocábulos que

¹⁶ *Ibidem*

¹⁷ *Idem.*



bem entende, desde que não agrida a moral nem as mais mezinhas normas gramaticais. Entretanto, se considerarmos que a transmissão esportiva segue um padrão, pouco diferenciado de um comunicador para outro, podemos afirmar a existência de transgressão de uma regra claramente fixada, mas subliminarmente aceita sob um aspecto figurado.¹⁸

Capinussu ainda destaca que este tipo de linguagem adotada pelo narrador esportivo nada tem de medíocre, como podem defender ou entender aqueles que não gostam de futebol, rádio e, principalmente, dos dois juntos. Para ele, “a transmissão das competições através de uma linguagem estereotipada e redundante, abundante em sinonímias, ao invés de revelar uma pobreza de imaginação, constitui-se em uma comunicação de forma mais breve e inteligente”.

Na narrativa radiofônica, como já afirmamos, o uso da retórica é o que vai estimular a visualização do jogo e permitir a fantasia e o próprio sonho. Martine Joly faz uma colocação interessante sobre a retórica.

Na língua, a imagem é o nome comum dado à metáfora. A metáfora é a figura mais conhecida e mais estudada da retórica, à qual o dicionário dá imagem como sinônimo. O que se sabe da metáfora verbal, ou do falar por imagens, é que consiste em empregar uma palavra por outra, em virtude de sua relação analógica ou de comparação. A imagem ou a metáfora também podem ser procedimento de expressão extremamente rico, inesperado, criativo e até cognitivo, quando a comparação de dois termos (explícita e implícita) solicita a imaginação e a descoberta de pontos comuns insuspeitos entre eles.¹⁹

Na transmissão pelo rádio, a opinião e a descrição do lance são no momento do fato. Não há “replay”, até porque o torcedor, ao ouvir o lance, já o idealizou, já tirou suas conclusões. É esse imediatismo, característica principal do veículo, o que o faz ainda tão forte. Muito mais do que a facilidade de deslocamento para o estádio ou para

¹⁸ CAPINUSSÚ, José Maurício. **Comunicação e transgressão no esporte**. São Paulo: Ibrasa, 1997, p.14-15.

¹⁹ JOLY M. **Introdução à análise da imagem**. São Paulo: Papyrus, 1996, p.20-22.



outro canto da casa, no carro ou na rua, o rádio utilizou e despertou algo fundamental para narrar um jogo, que é a imaginação. Se o resultado da partida não pode ser previsto, que dirá o efeito da imagem dela como estímulo passado do narrador ao ouvinte. Tudo com muita alegria.

A narração esportiva feita pelas emissoras de rádio é exatamente assim: ver algo a mais que a bola, que o lance em si. Talvez seja essa a dificuldade encontrada até hoje pela televisão, que se prende à imagem por dever de ofício e característica, muitas vezes se esquecendo do que gira em torno do espetáculo. Nelson Rodrigues sempre elogiou as narrações do rádio e nunca escondeu que através delas “viu” muitos jogos.

Sobre as transmissões radiofônicas de partidas de futebol, Nelson elogiava a emoção ininterrupta que proporcionavam, capazes de levar o torcedor-ouvinte à exaustão emocional. Em sua opinião, isso ocorria porque o locutor acrescentava fantasia aos lances, dando emoção e dramaticidade até mesmo a partida chochas(...) Adolfo Bloch sugere que escolha meu personagem a cada semana. É uma boa idéia e que tem a considerável vantagem de unir futebol e teatro. Para os bobos, não existe a menor relação entre uma coisa e outra. Ilusão. Existe sim. O futebol vive de seus instantes dramáticos e um jogo só adquire grandeza quando oferece uma teatralidade autêntica. Pode ser uma pelada. Mas se há dramatismo, ela cresce desmedidamente.²⁰

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O esporte tem um estilema que caminha para o espetacular. Conseqüentemente, existe uma música, um gênero ajustado ao futebol. Desde criança, o menino que gosta de futebol aprende a musicalidade da narrativa do rádio. E a paixão é o elemento principal. E é essa paixão que estabelece o plano retórico, trabalhando a linguagem da narrativa de forma exemplificadora. Não é à toa que algumas pessoas dizem que o narrador esportivo tem a capacidade de dar “um colorido” especial à descrição de um



lance. O rádio vem mostrando sempre que tratar imagem como sinônimo de televisão, cinema ou vídeo, é um grande equívoco.

Desde quando os locutores esportivos descobriram a forma de transmitir o futebol e prender a atenção do ouvinte, a sensação que se tem é que foi firmado um “contrato de leitura”. As expressões que foram sendo criadas e firmadas entre os que acompanham a transmissão esportiva transformaram-se em verdadeiros códigos com a composição da linguagem do jogo.

Cabe destacar que todas essas marcas enunciativas acabaram sendo decisivas, uma vez que as representações construídas em torno do futebol facilitaram sua aceitação e popularização. O jogo é percebido com uma dimensão ontológica da vida social. Walter Benjamin defende, em seu artigo “Brinquedos e Brincadeiras”, a tese de que *as brincadeiras são uma possibilidade de treinar para a vida real*²¹. A imprensa esportiva começa a ganhar corpo em 1917, mas uma curiosidade já acontecia em relação às expressões do futebol: os nomes atribuídos à partida em si, tanto pelos seus introdutores no país (filhos de ingleses), quanto pelos populares que os *traduziam*, trazem discordância entre o significado e o significante. A verdade é que já era preciso adaptar a linguagem do futebol ao cotidiano brasileiro. E o rádio foi decisivo para isso.

O ouvinte foi convidado a participar do espetáculo como parte do jogo. E a melhor forma era a utilização de uma retórica²² trabalhada por amplificações. Todo o universo do locutor é tautológico, no sentido de Lucien Sfez²³, em que o narrador dá um novo sentido à metáfora tradicional: o torcedor adota esse novo significado e passa a repeti-lo à exaustão. O locutor faz, a todo momento de um jogo, uma redução mental. Ao utilizar esses tipos de imagens mentais, elas passam a qualificar o atleta, o espaço do jogo, o próprio narrador.

Referências bibliográficas

- “A Gramática e o futebol”. Jornal O Paraná, 22 de outubro de 2003.
ABREU, João Batista de. **Metáforas, hipérboles e metonímias, uma jogada de efeito** – o discurso do radiojornalismo esportivo. Trabalho apresentado para a disciplina Comunicação e Significação, do Prof. Milton José Pinto, do programa de pós-graduação em Comunicação e cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1 sem. 2000.
ALMEIDA, Alda. **Rádio e Futebol: gritos de norte a sul**. II Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho. 15 a 17 de abril de 2004, Florianópolis.

²¹ BENJAMIN, Walter. O narrador. In: **Os pensadores**. São Paulo: Abril, 1980, p.142.

²² O termo, aqui, será utilizado no sentido que lhe dá Aristóteles, ou seja, a arte de extrair, de qualquer assunto, o grau de percepção que lhe comporta.

²³ SFEZ, Lucien. **Crítica da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1994, p.128-242.



- ANDRADE, Edna. **Osmar Santos: o Pai da Matéria. E que gol!** Dissertação de mestrado: ECA/USP, São Paulo: 2002.
- BARTHES, Roland. **Prazer do texto.** Lisboa: Signos, 1988. p.209.
- BENJAMIN, Walter. O narrador. In: **Os pensadores.** São Paulo: Abril, 1980, p.142.
- BONAVITA, Maria Elvira. **História da Comunicação: rádio e tv no Brasil.** São Paulo: 1982.
- BORBA FILHO, Hermilo. **História do Espetáculo.** Rio de Janeiro: O Cruzeiro, 1968.
- CAPINUSSÚ, José Maurício. **Comunicação Esportiva no Rádio e na TV: sucessão de equívocos – na imprensa escrita, a salvação.** In: Futebol e Sociedade, um olhar transdisciplinar. LOVISARO, Martha e NEVES Lecy Consuelo. Rio de Janeiro: Uerj, 2005, p.84.
- COSTA, Márcia Regina (org): **Futebol espetáculo do Século.** São Paulo: Musa Editora, 1999, p.29
- DA MATTA, Roberto. **Atropologia do óbvio-** Notas em torno do significado social do futebol brasileiro. Revista da USP, n.22. 1994, p.16
- DAMATTA, R. et.al. **Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira.** Rio de Janeiro: Pinakoteque, 1982.
- DaMATTA, Roberto (org.). **Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira.** Rio de Janeiro, Pinakothek, 1982.
- DAOLIO, Jocimar. **As contradições do futebol brasileiro.** Artigo do livro *Futebol: paixão e política.* Editora DP&ª. Site: www.multirio.rj.gov.br/seculo21/texto-link=1031&cod-chave+1242 Pesquisado em 26/03/2005.
- FEIJÓ, Luiz César Saraiva. **A linguagem dos esportes de massa e a gíria do futebol.** Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1994, p.54.
- GUIMARÃES, Fernanda Couto. **O futebol no jornalismo esportivo: o papel da mídia impressa na criação dos ídolos de massa.** Projeto de conclusão de curso, Escola de Comunicação da UFRJ, 1º sem. 2005.
- HELAL, Ronaldo. **Mídia, ídolos e heróis do futebol.** UERJ, Rio de Janeiro, site da Intercom, pesquisa feita em 22 de dezembro de 2005.
- JOLY M. **Introdução à análise da imagem.** São Paulo: Papyrus, 1996.
- MENDES, Luiz. **7 mil horas de futebol.** Rio de Janeiro: Livraria Freitas Bastos, 1999, p.63.
- RODRIGUES FILHO, Mário Leite. **O negro no futebol brasileiro.** 3ed. Petrópolis; Fumo, 1994. p.11.
- SANTOS, Pedro Brum. **Ficção e futebol: culturas em movimento.** Universidade Federal de Santa Maria. Intercom, 2002.
- SANZ, Luiz Alberto. **Dramaturgia da Informação Radiofônica.** Universidade Federal Fluminense, s.d.
- SCHINNER, Carlos Fernando. **Manual dos Locutores Esportivos.** São Paulo: Editora Panda, 2004, p.19.
- SFEZ, Lucien. **Crítica da comunicação.** São Paulo: Loyola, 1994.
- SHIRTS, Mathew G. Literatura Futebolística: uma periodização. In MEIHY, J.C.S.B e .
- SILVA, Marcelino Rodrigues. **Quem desloca tem preferência.** In: Mediação/Curso de Comunicação Social. Faculdade de Ciências Humanas. Universidade Fumec. Ano 4, n.4. 2004. Belo Horizonte.
- SOARES, Edileuza. **A bola.** O rádio esportivo em São Paulo: Summus, 1994.
- TOLEDO, Vera Regina. **Elementos para uma concepção da cultura de massa”.** In: **Futebol espetáculo do Século.** São Paulo: Musa Editora, 1999, p.73